

УДК 330.3

***ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА МАЛЫЙ БИЗНЕС. СРАВНЕНИЕ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ИХ ПРЕИМУЩЕСТВА***

Лопатинская Ю.А.

студентка,

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
Краснодар, Россия*

Ильина К.Н.

студентка,

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
Краснодар, Россия*

Аннотация

В данной статье рассматриваются все факторы, которые оказывают непосредственное влияние на малый бизнес, приводятся характерные сравнения малого бизнеса со средним.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, экономика, внешние факторы, внутренние факторы.

***THE INFLUENCE OF EXTERNAL FACTORS ON SMALL BUSINESS.
COMPARISON OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES AND THEIR
BENEFITS***

Lopatinskaya Y. A.

student,

*The Kuban State Agrarian University,
Krasnodar, Russia*

Ilina K. N.

student,

*The Kuban State Agrarian University,
Krasnodar, Russia*

Annotation

This article discusses all the factors that have a direct impact on small business, provides a characteristic comparison of small and medium-sized businesses.

Keywords: small business, medium business, economy, external factors, internal factors.

Считается, что малый бизнес – это совокупность микропредприятий и малых предприятий, которые занимаются предпринимательской деятельностью. Из ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства» следует, что микропредприятиями признаются компании, число сотрудников в которой не более 15 челок. Малыми предприятиями называются организации с количеством сотрудников от 16 до 100 человек. Компании с численностью персонала от 101 до 250 уже считаются представителями среднего бизнеса.

Целью данной научной работы является выяснение и определение всех факторов, которые могли бы повлиять на малый бизнес и определение действий организаций при различных долях влияния.

В таблице 1 проанализируем количество малых и средних предприятий в Российской Федерации.

Таблица 1 – Количество малых и средних предприятий в Российской Федерации [10]

| | Количество малых и средних предприятий | | | | | |
|----------------------|--|---------|--------------|---------|--------------|---------|
| | 10.12.2016г. | | 10.12.2017г. | | 10.12.2018г. | |
| | малые | средние | малые | средние | малые | средние |
| Российская Федерация | 268 901 | 20 664 | 267 630 | 20 358 | 251 730 | 18 867 |
| Южный ФО | 21 376 | 1 523 | 21 655 | 1 549 | 20 843 | 1 442 |
| Краснодарский край | 8 293 | 649 | 8 314 | 692 | 8 044 | 609 |

По данным Федеральной Налоговой Службы Российской Федерации, который представлены в таблице 1, видно, что количество малых и средних предприятий в Российской Федерации в целом по состоянию на 10.12.2018г. уменьшилось на 18 968 субъектов, чем по состоянию на 10.12.2016г.; количество малых и средних предприятий в Южном Федеральном Округе уменьшилось на 614 субъектов за исследуемый период, и в Краснодарском крае количество малых и средних предприятий также уменьшилось на 289 субъектов. Таким образом, можно проследить тенденцию уменьшения малых и средних предпринимательств, как в Российской Федерации, так и в Южном ФО.

На рисунке 1 показана зависимость среднесписочной численности работников.



Рис.1 – Среднесписочная численность работников предприятий Российской Федерации

Также, опираясь на этот официальный источник, известно, что в 2016г. сумма среднесписочной численности работников, занятых у субъектов малого и среднего предпринимательства составила 15 922 438 человек, в 2017г. – 16 130 589 человек, в 2018г. – 15 917 053 человека. Прослеживается спад общей суммы среднесписочной численности работников, но в то же время происходит повышение производимой продукции, которая по состоянию на 10.12.2018г. составила 4 779.

В таблице 2 представлены экономические показатели, которые влияют на деятельность малых и средних предприятий.

Таблица 2 – Основные экономические показатели деятельности малых и средних предприятий [10]

| Показатель\год | 2015г. | | 2016г. | | 2017г. | |
|---------------------------------|----------|---------|----------|----------|----------|---------|
| | малые | средние | малые | средние | малые | средние |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Оборот предприятий, млрд. руб. | 26 392,2 | 5 027,8 | 44 123,3 | 10 362,7 | 38 877,0 | 7 590,4 |
| Внеоборотные активы, млрд. руб. | 22 504,2 | 1 833,9 | 31 165,0 | 2 535,5 | 25 522,4 | 2 936,2 |
| Оборотные активы, млрд. руб. | 43 731,3 | 4 265,0 | 49 685,0 | 6 331,1 | 56 310,4 | 6 125,6 |

Продолжение таблицы 2

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| Сальдированный финансовый результат, млрд. руб. | 1 156,3 | 196,4 | 1 492,1 | 292,2 | 2 349,6 | 503,0 |
| Рентабельность проданных товаров, продукции, % | 4,8 | 5,6 | 5,2 | 5,9 | 5,0 | 5,8 |
| Рентабельность активов предприятий, % | 1,5 | 4,2 | 1,8 | 3,3 | 2,6 | 5,6 |

Все факторы, которые влияют на стратегию, и от которых зависит жизнедеятельность бизнеса можно разделить на три группы: окружающая среда (внешние факторы), внутренние факторы и морально-этические факторы.

Практически все факторы, оказывающие влияние на стратегию, могут оказывать на бизнес, не только положительное, но и отрицательное влияние. Задачей владельцев малого бизнеса заключается в превращении положительных факторов, влияющих на стратегию, и сведению отрицательных факторов к минимуму.

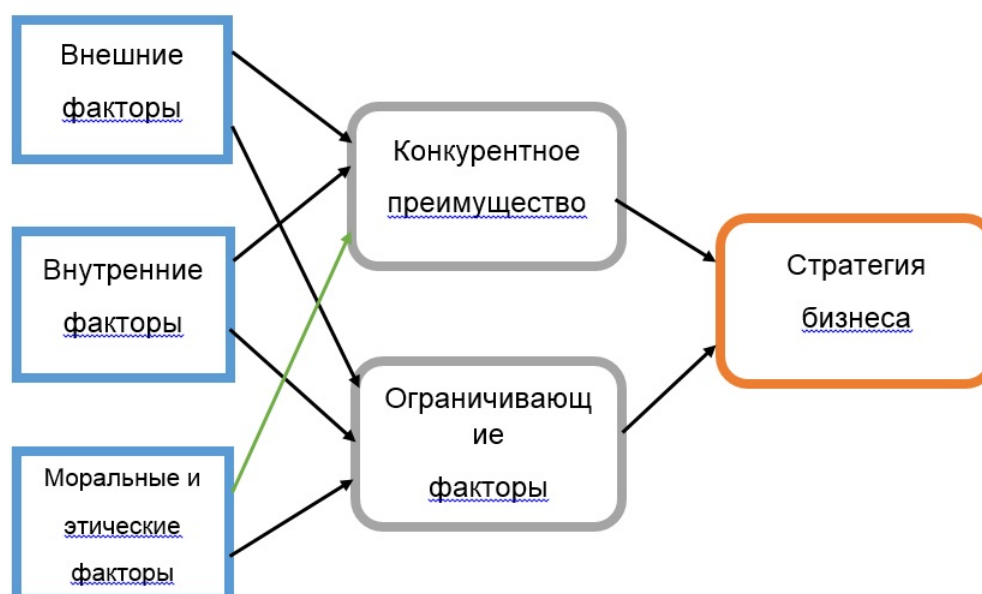


Рисунок 2 – Связь внешних и внутренних факторов [10]

Из рисунка 2 видно, что на создание конкурентного преимущества перед другими бизнесами, воздействуют только два фактора:

1. Внешние;
2. Внутренние.

А третий фактор воздействует косвенно.

Анализ внешней среды, а также мониторинг рынка являются одним из главных элементов стратегического управления. Угрозы, встающие на пути предприятия, и возможности, которые вам предоставляются — все это присутствует именно в деловой среде, частью которой является бизнес. Конкуренты, недобросовестные поставщики, быстро изменяющееся налоговое законодательство, социальные катаклизмы и многие другие «сюрпризы», всё это угрожает организации во внешней среде. В то же время здесь компанию поджидают покупатели, ресурсы, необходимые для вашего бизнеса.

Благодаря анализу внешних факторов можно выработать стратегические решения, которые обеспечат взаимодействие компании со средой в краткосрочной и долгосрочной перспективе, позволяющие поддерживать ее потенциал на уровне, который необходим для достижения целей и выявления угроз и возможностей.

Условно внешнюю среду делится на две части: макроокружение и микроокружение. Известно, что макроокружение сложнее оказать значительное влияние или проконтролировать процессы, в то время как динамика микроокружения может напрямую зависеть от выбора нашей стратегии.

При анализе внешней среды, которая граничит с компанией, выделяют целый ряд факторов, влияющих на возможности ее развития. Для этого используют методику, которая разделяет факторы на несколько подгрупп, под названием T.E.M.P.L.E.S. (*Technology, Economics, Markets, Politics, Laws, Ecology/Enviroment, Society*).

Каждый из факторов подвергают анализу, для того чтобы выяснить, трудности, возникающие при работе в данной сфере и открывающиеся возможности. Мы будем рассматривать следующие факторы:

1. Технологии;
2. Экономика;
3. Политика;
4. Законодательство;
5. Окружающая среда;
6. Общество [5].

Научно-технические достижения способны достаточно сильно изменять среду функционирования фирмы. Появление новых технологий, новых изделий, существенно усиливают конкуренцию. Для положительной деятельности организации большинство из них прибегают к системному отслеживанию тенденций научно-технического прогресса. Научно-технические разработки изменяют образ жизни потребителя, повышают качество удовлетворения потребителей. Научно-технические новинки появляются в дизайне, конструировании моделей, распределении и сбыте, маркетинге, тем самым оказывая влияние на общую стратегию организации.

Для выработки правильной стратегии, руководство фирмы должно знать, какие экономические условия деятельности существуют в регионе:

1. Темпы роста отраслей;
2. Динамика развития рынка и его насыщенность;
3. Уровень инфляции и безработицы;
4. Процентные ставки за кредит;
5. Инвестиционная и налоговая политика;
6. Политика в области заработной платы и цен;
7. Налоговая база;

Политические факторы также серьезно влияют на разные виды бизнеса. Особенно это заметно в такой нашей стране, где политическая система находится в фазе становления. Обычно к политическим факторам относят такие, как:

1. Политическая ситуация в стране;
2. Стабильность;
3. Лояльность властей;
4. Протекционизм в отрасли;
5. Наличие административных барьеров;
6. Систему охраны собственности.

При всех этих действиях важно учитывать следующие важные силы, как изменение общественно-политического строя, вспышки религиозной нетерпимости и оживление национализма. Не стоит также забывать об угрозе вооруженных конфликтов, резком сокращении импорта или экспорта, введении эмбарго и различных торговых санкций, которые рассчитаны на экономическое подавление.

При разработке стратегии, способствующей развитию, большинство компании нередко учитывают демографические факторы. Обеспечение населения такими услугами и товарами, которые будут дифференцированы либо по возрастным категориям покупателей, которые входят в различные группы, либо по половому признаку, способствует проведению анализа для ценного вклада в разработку стратегии.

Например, в России наблюдается рост рождаемости, оказывающий увеличение спроса на соответствующие товары и услуги. Значит, этот фактор стимулирует развитие именно таких отраслей, которые связаны с производством товаров и услуг для удовлетворения многообразных запросов, и потребностей молодых семей.

К социальным факторам, которые играют существенную роль в функционировании предприятия, относятся также способ привлечения

сотрудников к профессиональной деятельности и в составе вашего предприятия, а именно: насколько значима и/или престижна для них работа в штате предприятия или же они вполне удовлетворяются работой по контракту.

Кроме того, к социальным факторам можно также отнести стиль жизни работников вашей компании; степень их вовлеченности в решение внутренних управленческих задач; качественные изменения во взаимоотношениях сотрудников, стоящих на разных ступенях иерархии; внутренние ожидания людей от работы вашей организации; различные риски, опасения и пр.

Список используемых источников:

1. Аверин А. В., Рязанов А. А. Совершенствование механизмов государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства московской агломерации // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2015. – №. 1-1.
2. Белова Л. А., Каценко К. И. Малое предпринимательство региона как объект государственного регулирования // Факторы экономического роста: мировые тренды и российские реалии / Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной памяти чл.-корр. РАСХН А.А. Семенова. – 2017. – С. 46-53.
3. Глинова Т. А. Проблемы развития малого бизнеса в России // Концепт. – 2015. – №. 8.
4. Гоманова Т. К., Лукьянова З. А. Малый бизнес в период депрессивного состояния экономики России // В сборнике: Актуальные финансовые исследования: теория, методология и практика. Сборник научных статей. Москва. – 2016. – С. 43-48.
5. Дудин М., Лясников Н., Бараненко С. Основы предпринимательства: учебное пособие. – Litres, 2017.

6. Зоидов К. Х., Моргунов Е. В., Биджамова К. В. Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском пространстве. – Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Центральный экономико-математический институт РАН, 2015.

7. Кошкин А. П., Атоян Т. Г. Взаимодействие российской власти и бизнеса в условиях санкций //Власть. – 2015. – №. 1.

8. Мельников А. Б. Мировая экономика и международные экономические отношения (в схемах и таблицах): учебное пособие / А.Б. Мельников [и др.]. – Краснодар: КубГАУ, 2013. – 240 с

9. Медведева В. Н., Дранникова Е. А., Нарожная Г. А. **ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ** //Министерство образования и науки Российской Федерации Частное образовательное учреждение высшего образования «Ставропольский университет». – 2018.

10. Влияние внешних и внутренних факторов на малый бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/, свободный. – (дата обращения: 22.12.2018).

Оригинальность 75%